

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
Белорусский государственный университет
Информатики и радиоэлектроники

УДК

Лукашенко
Артём Александрович

Повышение эффективности и эргономичности сайтов

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра технических наук
по специальности 1-23 80 08 Психология труда, инженерная психология,
эргономика

Научный руководитель
Шлыкова Татьяна Юрьевна
кандидат психологических наук, доцент

Минск 2015

ВВЕДЕНИЕ

По мере развития сайтостроения все больше требований возникает к ресурсам, которые должны стать эффективным инструментом в обслуживании пользователя. Поэтому сегодня актуальность юзабилити сайта волнует как специалистов, так и владельцев бизнеса. Профессионалы говорят, что у пользователей первое впечатление о ресурсе складывается в первые десять секунд. Представьте, что в это короткое время ваш сайт должен понравиться, привлечь и расположить пользователя к себе.

На самом деле это комплексная и сложная задача, которую в пору делать только специалистам с опытом. Необходимо произвести аудит сайта, проанализировать его посещаемость, пути следования пользователей и их реакцию на определенный вид подачи информации. Здесь роль играет все: цветовые схемы, расположение меню, рекламные блоки и размер шрифта. Можно только представить себе, какой объем информации надо обработать, чтобы проанализировать все эти показатели, а затем сделать правильный вывод. Но и для вывода приходится делать немало экспериментов, ведь любовь пользователей завоевать нелегко.

Такой вариант решения вопроса удобен каждому, кто хочет сделать свой сайт качественным. Причем в материальном отношении услуги стоят совсем недорого, учитывая, что есть люди, которые годы тратят на то, чтобы сделать свой ресурс лучше. Однако даже в таких долгих порывах они не всегда добиваются результатов. Дело же требует действий и результатов быстрых, которые и способны дать только настоящие профессионалы своего дела. В итоге клиент получает грамотно оформленный сайт, привлекающий внимание целевых пользователей, которые в свою очередь становятся клиентами компании владеющей данным сайтом. Схема проста и она сегодня доступна каждому.

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Пояснительная записка включает в себя: общую характеристику работы, введение, 4 главы, заключение, список использованных источников.

Во введении отражена актуальность выбранной для рассмотрения темы.

Пояснительная записка к магистерской работе в своем содержании имеет 4 главы, каждая из которых состоит из трех подразделов.

В первой главе проводится анализ литературы по теме исследования..

Во второй главе описываются изучение методы повышения эффективности сайтов.

В третьей главе проводится анализ первой и второй главы.

В заключении соотносятся поставленная цель и результаты изучения проблемы, поясняется, какие задачи были решены в процессе написания работы, а также возможность применения данных рекомендаций в повсеместной практике.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Темы диссертации «Обучающее воздействие видеоуроков».

Актуальность темы диссертации обусловлена развитием сайтостроения, все больше требований возникает к ресурсам, которые должны стать эффективным инструментом в обслуживании пользователя. Поэтому сегодня актуальность юзабилити сайта волнует как специалистов, так и владельцев бизнеса.

На самом деле это комплексная и сложная задача, которую впору делать только специалистам с опытом. Необходимо произвести аудит сайта, проанализировать его посещаемость, пути следования пользователей и их реакцию на определенный вид подачи информации. Здесь роль играет все: цветовые схемы, расположение меню, рекламные блоки и размер шрифта. Можно только представить себе, какой объем информации надо обработать, чтобы проанализировать все эти показатели, а затем сделать правильный вывод.

Объектом данного исследования является повышение эффективности и эргономичности.

Предметом выступает юзабилити.

Цель на основе методов и принципов юзабилити провести анализ и внедрение сайтов вузов.

Задачи, решаемые для достижения поставленной цели, состоят в том, чтобы разработать принципы и правила на основе исследований эмпирических и когнитивных методов для решение задач по повышению эргономичности сайтов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

который занимается только юзабилити, работы будет недостаточно. Свидетельством этому служит тренд последнего десятилетия к расширению функций: от юзабилити к экспертизе пользовательского опыта (*User Experience*). Работа над впечатлениями пользователя фокусируется на позитивных и негативных оценках, возникающих во время и после использования. Фокус исключительно на негативных аспектах интерактивного взаимодействия встречается все реже. Полезные измерители пользования выходят за пределы в основном когнитивных проблем юзабилити 1980-х, чтобы включить в себя позитивные и негативные эффекты, отношения и ценности, такие как удовольствие, доверие и самоутверждение. Связь между оценкой и разработкой качественно улучшается благодаря UX-специалистам, компетентным в вопросах разработки.

Многие профессионалы в области UX также приобрели узкую компетенцию в таких областях как восприятие бренда, показатели доверия, опыт поиска/оптимизация, юзабельные технологии безопасности и секретности, игровой опыт, собственное я и идентичность, человеческие ценности. Здесь можно отметить два тренда. Первый включает в себя дополнение направленной на человека экспертизы четким пониманием таких специфических технологий как поиск и безопасность. Второй включает в себя расширение направленной на человека экспертизы за счет включения бизнес компетенций (например, брендинг) и гуманистических психологических подходов (например, описание и классификация явлений, смыслов и ценностей).

В результате проведённой работы достигнуты следующие результаты:

- экономится время при поиске информации;
- снижается нервное напряжение пользователей сайта;
- увеличивается скорость обмена информацией между студентами и преподавателями;
- повышается узнаваемость сайта на просторах интернета.

В следствии этого повыситься количество пользователей сайта, что благоприятно повлияет на учебный процесс.